基于传媒生态圈构建浅析全媒体时代的融合转型新路径

摘　要：全媒体时代的融合转型新路径探究，是社会信息咨询结构良性循环的前提条件。为此，本文通过阐述传媒生态圈构建相关理论，通过分析国内媒体发展现状，从传播方式、融合要素等方面探究传媒生态圈构建与创新融合的方法，以达到彰显技术优势、促进国内文化产业繁荣的目的。

关键词：传媒生态圈构建；全媒体时代；融合转型新路径
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）10-016-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.10.002

文 / 林子青

引言

信息传输与沟通途径的发展，是确保社会文化产业时代化进步的主导动力，尤其是在网络媒体不断成长的环境下，寻求一种长远的、适应时代发展需要的文化传播方式，不仅可以规避产业阶段性发展的阻碍，还能够带动社会媒体结构的自我更新。

1. 传媒生态圈构建概述

传媒产业是指以社会信息传输为基础的文化传播与沟通媒介体系。随着社会信息沟通渠道的逐步增多，社会传媒体系也得到了更新的发展 [1]。一方面，传媒产业依靠传统媒体形态，进行文化传播与互动，它具有传播范围广、服务基础强等特征，在我国农村地区尤其是信息相对阻塞区域的信息传播中发挥着重要作用；另一方面，新媒体产业的探索更新，即以数字化产业为代表的产业技术结构调控方式，它实现了社会信息高效率、快速化、精准性传导，这两种传播形态的融合是当前产业开发的主要发展趋势。为了适应社会信息全面性沟通与科学化的发展需要，进一步加强对传统媒体传播中问题完善、优化数字化全媒体要素的整合结构，已经成为新时期传媒生态圈构建的主要目标和趋向。

2. 全媒体时代的传媒产业发展现状

全媒体时代，是在新旧媒体相互碰撞的社会背景下产生的信息沟通方式，当前，它随着社会发展取得了令人瞩目的实践成绩。依据相关部门提供的资料可知：截止到 2019 年，全国媒体中新媒体资源的应用比例已达到了 80%，且数字化信息化传输渠道建设比为 55%~60%，信息传媒管理工作更新比例达到了 40%~50%。这一数据都证明了全媒体发展的过程中多元化媒体资源发展期间所取得的成绩 [2]。

但由于其起步相对较晚，在实际工作宏观趋向取得成绩的同时，也存在着诸多问题，笔者将其发展中存在的问题归纳如下：

2. 1 新旧媒体对接不完善

当前传媒生态圈构建期间，全媒体资源之间的对接不完善，是影响社会信息沟通体系发展的首要阻碍。一方面，受到地区经济发展水平的影响，新媒体的开发与替代过程，会对当地地区财务资本带来较大的压力，且新媒体需求量也并不大，这种“相对静止”的传媒生态形式，根本就无法为其带来衔接外部动力；另一方面，对新旧信息传媒技术分析时存在着“全盘肯定”或者“全盘否定”的实践现象，这种技术分析过于偏激的管理方式，也会导致新旧传媒方式对接层面的缺失 [3]。

2. 2 媒体传播信息真假难辨

在传媒生态圈构建的背景条件下信息资源的传导过程中，也存在着媒体传播信息真假难辨的问题。首先，社会信息沟通渠道中，诸多信息可能是借助某种技术、程序后续拼接而成，这种虚假信息在全媒体环境下随处可见，对于受众群体的信息识别与传导来说无疑是一种阻碍；其次，传媒生态圈构建过程中，各种信息传播与交流过程中存在着时效性和价值性不相匹配的问题，这种信息沟通方式也会造成社会信息内容实践中存在着传媒信息鱼龙混杂的状况，媒体信息传播的社会价值严重降低。

2. 3 媒体资产业管理不规范

全媒体时代中信息沟通体系正在不断地发展与持续性开发，但从实践发展的具体情况而言，在全媒体时代的探索中，存在着管理要素不够协调、管理制度不够科学等情况。依据关资料显示，国内 80% 的全媒体技术发展过程中，存在着媒体资源应用管理制度缺失的问题，90% 的全媒体资源存在着外部监管不到位或者监管方式不恰当的情况。这些问题都是当前全媒体环境下实践探索中存在的问题。

2. 4 媒体资源发展趋向不明朗

全媒体发展趋向不明朗，会导致新环境下信息传播

结构内部要素搭配混乱，甚至是出现条件安排不合理等情况。其一，不明朗的全媒体发展态势，会造成全媒体信息沟通途径缺乏层次性、媒体资源安排中各个环节对接不恰当的情况；其二，全媒体信息传播缺乏清晰的路径，会出现媒体结构发展缺少引导性的问题，全媒体产业规划时缺乏主次性。

2.5 媒体人能力水平发展有限

传媒技术数字化转变，不仅对社会信息传播体系产生了新的要求，还对社会媒体传播人员提出了能力、水平的衡量新标准。而传统媒体信息单层化信息沟通互动方式，自然不能满足社会发展的实际需求，为此，缺少创新的媒体传播人员工作实践不到位等问题也逐步暴露出来，也会对产业信息结构的发展造成一定的负面冲击。

3. 全媒体时代的融合转型新路径

解决当前信息传播中存在的问题，笔者将基于传媒生态圈构建背景下全媒体时代的融合转型新路径归纳如下：

3.1 完善新旧媒体对接环节

传媒生态圈的构建过程，就是社会传媒产业向着多维化趋向发展的体现。为了适应新时代多样化媒体资源的互动沟通与系统化传播需要，社会媒体产业的开发应注重新旧产业衔接环节上的完整性[4]。

某地区在传媒生态圈构建理念下，进行全媒体资源开发与探索的过程中，首先进行了媒体技术条件的调节与分析：（1）在新媒体探索过程中，结合地区信息传输结构的具体情况，实行独立区域媒体信息沟通渠道建设和小组式传媒资源互动形式。其中独立化新媒体技术更新与替代，是指当地媒体资源应用率≥ 80% 以上的地区单独建立地区新媒体传输网络，而小组式传媒结构，是指当地信息媒体应用比＜ 80% 的地区，采取周边几个区域公用一个网络结构的方式进行媒体技术的运用和调节；（2）在进行地区传媒生态圈构建期间，技术人员要理性地对传统信息传播技术和新媒体资源的利弊进行分析。如保留传统媒体传播范围广的特点，以虚拟数字化传输技术对传统媒体的信号波不稳定问题进行调节等，这就是新旧传媒技术在传媒生态圈构建期间科学分析的体现。

在信息产业结构规划与自主探究过程，要善于从产业信息结构发展的层面入手，加强全媒体时代中传媒生态圈构建的技术特征以及信息沟通地区需要等特征，开展多维度产业结构调整与自主化因素分析的方式，可以在弥补不足的基础上，实现发展条件的最优化衔接。

3.2 辨析媒体传播信息内容

全媒体时代的发展中，科学合理地进行发展路径的更新规划，以客观、理性的思维对传播内容进行辨析，是促进其发展的主导方面之一。更具体地说，就是在全媒体环境下信息真假辨析的分析上，一方面对全媒体传播信息内容定位时，应结合社会实际情况，明晰信息传播的可信性；另一方面，全媒体时代发展期间，想要打造良性传媒生态圈，也需要从社会信息传播的时效性和价值性上给予判断。

某地区在传媒生态圈构建的背景下进行全媒体发展转折要素的评定与分析过程中，就通过加强媒体信息内容管理方面工作进行探索。本次工作实践的具体要点可概括为：（1）传媒环境下经济产业探索期间，社会信息媒体产业进行社会信息传播期间，媒体传播方要结合新闻发生的具体情况，通过时间、地点、人物、起因、经过、结果基本六要素，对全媒体环境下的信息进行真实性判断。若分析后得到的信息内容存在着疑问，则应立即进行信息内容的清除，避免错位信息对社会发展造成的负面干扰；（2）全媒体时代的到来，突破了单一化信息传输通道的闭塞问题，而为了避免多重信息处理不够科学的问题发生，需要相应做好信息互动中多重要素的重新安排与调节。如通过新闻信息传播视频、文字、 音频等形式，对生态圈内信息传播的及时性和价值性进行判断；（3）全媒体时代的信息沟通形式，应在新闻内容传播的引导方向上为大众提供正确的引导，以事实为依据，规范地进行社会信息资源多维度的沟通与传播。

从产业经济发展的具体情况出发，注重信息传播的科学性和多维性，是信息传播渠道在社会发展中科学安排与系统分析的主导形式，它能够为新生态文化体系发展带来活力，也推进了传媒行业的系统化发展。

3.3 规范媒体管理体制

3.3.1 规范体制分析

规范媒体管理体制，是传媒生态圈构建背景下全媒体时代的融合转型新路径发展过程中必须要明确的因素。一方面，全媒体信息传播形式的发展是多重信息沟通渠道多视角分析的体现，但它不是说所有媒体都可以随意进行信息传播，而是要保障传播的真实性，这是构建良性媒体互动渠道的首个标准；另一方面，全媒体信息传播过程应在信息收集、制作、传播等各个环节上形成一个规范的制度标准，以确保其发展既满足产业市场经济的一般规律又满足受众信息交流的需要，这是社会信息资源沟通中最具有代表性的产业规则；此外，规范的传媒生态圈构建背景下全媒体时代的融合转型，需要有阶段性发展的标准，以实现社会道德和情感标准之间的协调并进。我们在具体进行产业因素合理分析时，需要同时从这三个方面考虑，这样方可互补打造与社会相互承接的媒介传播结构。

3.3.2 案例解析

某地区进行传统生态圈构建背景下，着重进行了社会全媒体时代发展转型的融合新路径探究。本次工作进行工作安排与分析过程中，主要采取了以下探究战略：（1）社会传媒行业发展过程中，当地文化管理部门结合新闻信息多层次传导的基本状况，全面开展社会新闻传

播咨询相互监督与管理战略。该种管理方式是指社会信息传播企业需要对自身所传播的信息资讯内容负责，一旦传播信息出现问题，传播公司需要对其信息进行负责；同时，社会媒体也可以对同行传媒信息进行监督，加强对周围生态文化传播体系进行监督与管理；（2）当文化传媒企业需要严格按照国家文化传媒管理的基本要求，进行生态咨询的监督与管理，在信息接收、处理、以及传播等环节上需要严格把关控制，坚决抵制违法、不真实的信息传播；（3）基于传媒生态圈构建背景下全媒体时代的融合转型时，也需要始终坚持经济效益与社会效益协调探索的新思路。即在从新闻信息互动沟通的基础上注重对社会受众的感受把握，进而从网络媒体、传统媒体等方面的问题上加以评定与调整，为产业发展提供更加坚实、可靠的发展依据。

基于传媒生态圈构建背景下全媒体时代的融合转型探究，是社会文化产业管理要素科学搭配与系统化调节的有效方式，不仅保障了产业资源分析与规划的实际需求，还满足了区域产业发展长驱性调整的需要，从而实现了社会发展因素的系统性安排和科学式规划。

3.4 明晰媒体资源发展趋向

基于传媒生态圈构建背景下，全媒体时代的融合转型新路径探索，是在社会全面发展的状态下，合理进行社会信息平台分析与统筹安排的表现形态。为了解决当前媒体开发环境下路径探索不到位的问题，媒体产业发展也需要进行媒体融合目标与规划趋向的分析与讨论[5]。

某地区进行传媒生态圈构建的过程中，就主要是从产业结构发展的视角上寻求路径融合探索的渠道，相关管理部门在进行生态圈建设与剖析的过程中，充分进行了信息传播媒介渠道的发展与定位：（1）传媒生态圈创建过程中，信息媒体传播部门将当前新闻信息的发展趋势、新闻传播的手段等方面进行了详细的统计，并开始进行信息资源审核方式的整合规划；（2）待所有信息管理工作安排到位后，按照年度、季度设定每一个阶段的信息传播发展高度，做好相应产业发展目标的实践与调整；（3）从企业发展的整体目标开始，实行管理要素的合理搭配与调控，随时对于不协调的管理条件加以分析，逐步形成从传统媒体资源、技术、市场等单因素，向着多重因素过渡的趋向转变，这也是其开展实践工作所取得的计划调节方式。

结合基于传媒生态圈构建背景下全媒体时代的特点，一方面从信息资源的传播形态开始，寻求有序的资讯传输沟通方式，为新闻资讯的传播带来了新保障；另一方面，信息资源的沟通与传导是社会结构在新环境下获取更广阔发展空间的探索推进过程。

3.5 提升新媒体人的能力水平

基于传媒生态圈构建背景下，寻求信息沟通渠道的转型探索路径，也应该从提升媒体人的能力视角寻求创新发展的新思路：其一，提高媒体人自身文化素养，以全新、多视角的信息资源进行媒体信息传播，规避信息沟通单方互动传导的产业发展趋向；其二，传媒生态圈内从业人员需要有较强的信息敏感度和识别能力，在社会信息资讯传导期间，准确把握新闻信息媒体的动向，为大众提供喜闻乐见的文化视听盛宴。

如某文化传播企业进行社会信息传播的过程中，就主要采用了多元化信息沟通渠道，实行产业发展条件的探究与分析。该媒体人除了通过专业的课程培训提升自己，还从日常工作中总结相关经验，不断促进个人能力的进步。这是基于传媒生态圈构建浅析全媒体时代的融合转型新路径，是信息交流与社会发展体系相互承接的新形态。

结语

综上所述，基于传媒生态圈构建浅析全媒体时代的融合转型新路径，是社会文化传播形态更新的理论归纳。在此基础上，本文提出，通过完善新旧媒体对接环节、辨析媒体传播信息内容、规范媒体管理体制、明晰媒体资源发展趋向、提升新媒体人的能力水平，努力实现全媒时代发展新趋向。媒

参考文献

[1] 苏姝. 全媒体时代下电视融合格局的构建[N]. 贵州民族报，2019-09-11（A03）.

[2] 林晓琳 . 全媒体时代传统媒体与新媒体的融合策略探析[J]. 传媒论坛，2019，2（17）：79-80.

[3] 余艳红 . 全媒体时代的网络政治生态建设：问题及对策[J]. 当代世界与社会主义，2019（4）：178-183.

[4] 罗晶 . 全媒体时代高职院校宣传工作现状分析及对策研究[J]. 中国多媒体与网络教学学报（中旬刊），2019（8）：197-198.

[5] 董紫薇 . 构建传媒生态圈：全媒体时代的融合转型新路径[J]. 现代视听，2019（7）：5-10.

（作者单位：南京艺术学院）